

纺织服装是仙桃传统主导产业,全市纺织服装企业超500家,带动超12万人就业。随着服装电商的兴起,如何克服传统纺织服装产业生产分散、线上转型滞后的痛点? 仙桃职业工装电商产业园,正是仙桃推动产业从代工制造向品牌电商、从分散经营向集群发展转型升级的关键落子。

项目从2025年2月破土开工到投入使用,仅用时11个月,跑出了“仙桃速度”。园区创新践行“空间即链条”的发展理念,打破传统产业园区功能割裂的痛点,规划了研发、智能制造、品牌展销、电商孵化、智能仓储物流等核心功能板块,真正实现“上下楼就是上下游、园中区即是产业链”的闭环生态。

8月18日,园区二期开园,总面积扩容至35万平方米,预计集聚企业超500家。开园现场,宇树机器人身着“仙桃造”工装与专业模特同台走秀,成为科技赋能传统产业的生动注脚。如今,每天有6万多件职业工装从园区走向全球,其中约20%出口至美国、日本、新加坡等国家和地区。

仙桃职业工装电商产业园二期开园

每天6万多件职业工装从这里卖向全球



湖北日报全媒记者 杨康 通讯员 潘登

8月18日,仙桃职业工装电商产业园二期开园,园区总面积扩容至35万平方米,预计集聚企业超500家、带动就业8000余人。

此次扩容开园,标志着仙桃职业工装产业从企业集聚、链条成型迈向生态完善、品牌升级、全球化布局的全新阶段,这座后发崛起的产业新城,正加速冲刺全国职业工装产业高地。

开园仪式的高潮环节,宇树科技人形机器人身着“仙桃造”职业工装,与专业模特同台走秀。机械臂划出精准的弧线,与模特的台步交织成奇妙的节奏,150款秋冬新品在聚光灯下——亮相。

舞台之上,冲锋衣的橘红色在灯光下跃动,定制围裙上的印花细腻分明。台下,来自全国各地的380家电商及产业链企业的代表举起手机,闪光灯此起彼伏。

展厅入口的智能定制体验区早已被围得水泄不通。一台数字化生产设备前,客商只需在屏幕上轻点几下,“我爱仙桃”“仙桃黄鳝”等本土元素便被精准印制在衣料上,仅用两分钟,一件个性化工装新鲜出炉。

这一幕,是仙桃工装产业从县域突围走向全球赛道的缩影。

上下楼就是上下游

走进商品衣诚的生产车间,烫花、丝印、绣制等工序衔接流畅,一件件职业工装在流水线上完成制作、打包,发往国内外市场。如今,每天有6万多件职业工装从园区走向全球,其中约20%出口至美国、日本、新加坡等国家和地区。

“从签约到入驻装修,全程都有专人提供精细服务。”尚品衣诚负责人易鹏感慨地说。他深耕服装行业近20年,在武汉拥有成熟的电商运营团队。园区一期投用后,尚品衣诚成为首家入驻企业,开园即投产,多平台协同发力,高峰日销量达13万件,项目达产后预计年产值可突破2亿元。

在仙桃职业工装电商产业园,“上下楼就是上下游”。稻草服饰、铭世豪杰、众诚团体服等配套企业相继入驻,分别承担不同类型职业工装的生产与加工。在品质与价格相当的前提下,尚品衣诚优先采购园区企业产品,订单在楼宇间快速流转、就近完成生产。

电商端同样在加速奔跑。衫丽服饰公司电商团队已于春节后投入运营。“订单从平台产生后,第一时间流向园区生产企业,再通过园区物流体系发往全国。”公司负责人杨航介绍。目前团队已在天猫、淘宝、京东、抖音等平台开设多家店铺,线上渠道与线下生产的闭环正在形成。

此前,衫丽服饰在仙桃市三伏潭镇运营。彼时,部分供应链企业分布在武汉等地,选品主要依靠邮寄样品,效率不高。迁入仙桃职业工装电商产业园后,情况发生了根本改变。

“园区内聚集了大量供应链企业和配套服务商,包括专门的印花、绣花等定制加工企业,选品更直接、沟通更顺畅、物流更快捷。”衫丽服饰人事主管王先瑶介绍,公司目前拥有80人的运营团队,在天猫、拼多多等平台开设了超过100家店铺,产品覆盖约16个品类、上千个款式,月销售额约500万元,日均发货约1000单。

“我们提供从效果图设计到加标定制的全流程服务,客户下单后24小时内即可完成发货。”王先瑶表示,依托园区“上下楼就是上下

游”的产业生态,实现了从选品、设计到发货的全链路提速。

从“满园”到“扩容”

仙桃职业工装电商产业园一期总投资8亿元,总建筑面积21万平方米。项目于2025年2月开工建设投入使用,仅用11个月便实现厂房全部建成交付,刷新了“仙桃速度”。

速度背后是实打实的招商成果。一期已实现“开园即满园”,74家企业和平台签约入驻,其中供应链企业14家、电商企业及服务平台45家、绣花印花等产业配套12家。

二期开园,标志着园区从“满园”走向“扩容”,一个覆盖全产业链的闭环生态正在加速成形。“从研发设计、生产制造、产品展示、电商孵化,到仓储物流和生活配套,未来都将在园区实现一体化布局。”仙桃职业工装电商产业园总经理易坤表示。

同步落地的四大软服务也已全面铺开:对接电商平台抢抓政策红利;联手武大AI团队赋能选品、设计、运营;联合院校定向培养复合型人才;上线“职采供应链选品平台”,实现线上选品、精准匹配。

“产业发展没有捷径,唯有深耕细作、久久为功。”湖北省职麦科技实业发展有限公司董事长廖启元表示,仙桃工装产业是根植本土、顺势崛起的优势赛道,园区不只是产业承载空间,更是抱团发展、资源互通、共生共赢的现代化产业共同体。未来将持续深耕产业本质、优化营商环境,做实精准服务,全力护航企业成长,让“仙桃工装”成为走向全国、连通全球的核心产业名片。

在全球职业工装市场抢占先机

现代纺织服装产业是仙桃“2+4+2”制造业高质量发展体系的核心板块。

今年6月,仙桃、天门、潜江三市纺织服装产业联盟正式启动,剑指“国家先进制造业集群”,职业工装电商产业园正是这一战略的关键落子。

放眼全球,中国是世界最大的工作服与职业装市场,份额达30%,却至今没有一个叫得出名的全国性工装品牌。更值得关注的是,全球前十大生产商合计市场份额仅为6%——高度分散的竞争格局,意味着新进入者和区域性品牌拥有巨大的成长空间。

对标全球标杆,美国Cintas公司2025财年营收达103.4亿美元、净利润18.1亿美元,客户涵盖特斯拉、谷歌、微软等全球知名企业。Cintas提供的不仅是一件工装,而是涵盖租赁、专业洗涤、RFID追踪到自动报废的全周期服务。

“中国职业工装产业完全有机会诞生自己的‘Cintas’。”京东集团政企业务定制业务部总经理张帅认为。京东已计划用“京东京造”品牌切入这一空白市场。仙桃产业园集聚了从设计、生产到电商销售的全产业链能力,完全有机会在这一轮品牌化浪潮中抢占先机。

与此同时,全球工装市场正朝着可持续材料、人体工学设计、智能纺织品等方向演进,为具备创新意识的企业提供了差异化竞争的突破口。易坤介绍,仙桃职业工装电商产业园二期将重点布局供应链、跨境电商、云仓物流及智能化生产制造板块,助力“仙桃制造”“仙桃工装”产业品牌走向全国、走向世界。

8月18日,仙桃职业工装电商产业园二期正式开园,150款秋冬新品现场发布。



8月18日,宇树机器人领亮亮相秋冬新品发布会。



京东集团政企业务定制业务部总经理张帅认为,中国至少可以出现10家媲美Cintas的跨国企业。

(本版图片均由湖北日报全媒记者 杨康 摄)



首批入驻企业稻草服饰与仙桃职业工装产业一同拔节生长

湖北日报全媒记者 杨康 通讯员 潘登

“入驻产业园的第一个目标是销售额破亿元,我们很有信心。”8月20日,仙桃职业工装电商产业园稻草服饰一楼展厅里,稻草服饰创始人秦利峰轻抚着橱窗内新款的秋冬服饰,语气沉稳而笃定。

展厅之内,数百件职业工装错落陈列、质感出众,四季款式全覆盖、十五种色系全适配,利落版型、耐磨面料、精细工艺,彻底打破了传统工装粗糙笨重、款式老旧的刻板印象。

稻草服饰是首批入驻仙桃职业工装电商产业园的供应链企业。从夏日清爽的POLO衫、圆领短袖,到春秋百搭的卫衣长袖,再到冬季防风抗寒的冲锋衣,一排排工装有序铺展,光影错落间,没有传统职业工装的沉闷厚重,而是兼具实用性与时尚感,尽显仙桃工装的迭代升级底气。

新人入局年亏百万元

秦利峰做的生意,外人看不太懂。既不是工厂,也不是电商,但两头都离不开他。

“工厂要卖货,电商要拿货,供应链就是连接工厂和电商之间的纽带,可以理解为面向电商的批发市场。”秦利峰解释道。

时拨回到2021年。深耕职业工装市场多年的秦利峰在朋友的邀约下,一脚踏入武汉服装供应链赛道。

彼时的他,拥有多年市场销售历练,却对职业工装供应链行业规则、货源体系、市场壁垒一无所知,是标准的行业新人。

落地运营后他才发现,自己接手的全是市场滞销、过季积压的尾货,供货价格远高于市场均价。

外行人局的劣势、熟人合作的陷阱、固化市场的挤压,让秦利峰第一年就巨亏百万元。就在困境最严峻时,合作人中途撤资,留下一仓库滞销货品,一堆未结账单,给他留下一个彻底的烂摊子。

绝境之中,秦利峰没有选择抽身离场、认亏出局。他筹集资金接手所有仓库资产与负债,清零过往、默默蓄力。

彼时的武汉工装市场,优质工厂资源、稳定终端渠道、核心电商客户,全部被老牌从业者牢牢把控。新人、外来者很难分到一杯羹,四处碰壁、屡遭拒绝是常态。老玩家靠积累的资源躺赢,而秦利峰只能靠双脚开荒、靠真诚破局、靠品质突围。

他避开竞争白热化的头部赛道,聚焦尚未形成固定合作体系的中小工厂,挨家走访、耐心深耕。不急于谈合作、求货源,而是沉下心来了解每家工厂的面料工艺、生产能力、款式优势与定价体系,一点点积累行业认知、摸清供应链逻辑。日复一日的走访深耕,让他慢慢搭建起属于自己的货源渠道,在固化的市场格局中撕开一道缺口。

货源逐步稳定,客源依旧空白。电商赛道老牌商家早已站稳脚跟,新品牌很难获得信任。为了追赶进度、抢占市场,秦利峰将服务做到极致,用最朴素的方式积累口碑、沉淀客户。别人靠资源接单,他靠诚意留人;别人靠套路盈利,他靠品质扎根。

2025年销售额突破6000万元

真正扭转转机源于一场惺惺相惜的信任。

2022年,从仙桃走出的电商圈头头从业者易鹏找到秦利峰,签下了一款夏季短袖职业工装的订单,很快成为爆款。次年,二人合作的经典卫衣累计售出上万件。

“这款卫衣肯定是年度爆款,你敢不敢一次性订十万件?”合作的第三年,易鹏再次抛来“橄榄枝”。

秦利峰一口应下。易鹏预付了百万元货款,还陪同他面见厂家,协调产能。

在易鹏的全力托举下,秦利峰成功在行业站稳脚跟,开始了全方位的迭代赶超。他经营的工装品类从数十种拓展至数百种,覆盖四季全场景;色系从基础几款升级为十五种主流色系,适配各行各业定制需求;品质持续精进,面料耐磨抗造、久穿不起球、水洗不掉色,经钢丝刷测试依旧完好,彻底甩开传统工装的低端品质标签。

几年下来,秦利峰成了易鹏的核心供应商。易鹏的电商版图不断扩大,秦利峰仓库的出货量也节节攀升。

手握销售端的市场数据和工厂端的便宜货源,能不能越过中间商,自己开个店? 秦利峰的答案是,绝不!

“如果供应链下场做销售,别人卖100,我卖99,久而久之,我就成了原有客户的竞争对手,看似多赚了一笔,实则把路走窄了。”秦利峰想得很明白,客户的蛋糕,他一点都不能碰。

细水长流,方能滔滔不绝。2022年,稻草服饰实现盈亏平衡,2023年业绩翻倍,2024年爆发式增长,2025年销售额突破6000万元,超越了不少老牌同行。

产业升级同频共振

去年年底,秦利峰来到易鹏的家乡仙桃,成为入驻仙桃职业工装电商产业园的首批企业。

对秦利峰而言,入驻产业园,不仅是个人赛道的迭代升级,更是精准踩中了仙桃工装产业后来居上、全域突围的时代风口。

过去,仙桃纺织服装产业优势集中在女装赛道,职业工装起步晚、规模小、链条弱,是仙桃纺织服装产业的短板赛道,相较于全国老牌工装产区,毫无先发优势。

短板亦是潜力,后发更易争先。仙桃没有固守既有女装红利,而是主动求变、精准破局,瞄准职业工装这一刚需赛道,以全域思维补齐产业链、重塑产业格局,开启弯道超车之路。

依托职业工装电商产业园,仙桃打破传统产业分散经营、产销脱节的痛点,以“空间即链条”的生态思维,构建研发、生产、展销、电商、物流、配套全闭环体系,为入驻企业提供运营、技术、人才、渠道全方位支撑,最大限度降低中小企业创业成本、助力企业快速成长。

作为园区核心入驻企业,稻草服饰充分依托园区“上下游零距离、全链条闭环”的产业优势,近七千平方米的仓储中心里,常年储备数百个工装品类、数十万件现货,形成了“楼下选品、楼上配货、半小时出货”的高效运转模式。上下游企业就近对接、快速协作,订单设计、印花刺绣、生产加工、仓储发货全流程园内流转,大幅压缩对接周期、降低运营成本。

“以生态破局,以速度赶超,以品质突围,仙桃职业工装产业一定能异军突起,形成广泛的国内和国际影响力。”秦利峰笃定地说。